

2022



MEMORIA ESIC



PRESENTACIÓN

ESIC Business & Marketing School impulsa la investigación científica y la transferencia de conocimiento a la sociedad. Para ello, cuenta con Programas de Fomento y Desarrollo de la Investigación, así como infraestructuras que favorecen el trabajo de los grupos de investigación y del resto de personal docente e investigador.

La investigación en ESIC busca impactar en el alumnado y su formación, favoreciendo la adquisición de competencias en todos nuestros programas. Nuestra investigación está orientada a las empresas e instituciones, para que sirva a profesionales y emprendedores a tomar mejores decisiones de negocio. Las líneas de investigación principales donde se centran nuestros proyectos son las propias de la institución: marketing, gestión empresarial y economía digital, preferentemente.

COMITÉ DE INVESTIGACIÓN

El Comité de Investigación está constituido por el presidente, el director de investigación de Business School Madrid y las direcciones de investigación de todos los campus con adscripción a universidades; ocasionalmente, se invita a otras personas en función de la temática a tratar y las posibles sinergias a conseguir.

El Comité vela por el fomento de la cultura de investigación, orienta y promueve la creación de contenidos científicos y docentes, protegiendo la propiedad intelectual y los derechos de autor, y promueve el acercamiento de las empresas al aula.

ACCIONES DE INVESTIGACIÓN

Formación permanente del profesorado

ESIC Business & Marketing School da formación permanente a todo su Personal Docente e Investigador sobre temáticas específicas: entre ellas, elaboración de casos de estudio, procesos para la publicación de artículos en revistas académicas, metodologías de vanguardia en proyectos y artículos de investigación, consejos para la cumplimentación de acreditaciones.

Las formaciones son desarrolladas por profesores invitados o por miembros de los grupos de investigación de ESIC. Se realizan a nivel nacional, en formato presencial o híbrido y también a nivel campus, invitando al Personal Docente e Investigador del resto de centros para que puedan asistir a las iniciativas emprendidas en cada territorio.

Grupos de investigación

A continuación, se muestran los grupos de investigación que pertenecen a ESIC Business & Marketing School, según el campus de procedencia.

Barcelona

[Nuevas Tecnologías Docentes: la Educación Superior en Marketing \(NuTeDESMa\)](#)

El presente proyecto plantea abordar el cambio vivido en las carreras de Marketing y su transformación abrupta a un modelo online y posteriormente presencial. Al mismo tiempo, y en relación con la transferencia de conocimiento hacia la sociedad, este proyecto plantea estudiar la evolución de los perfiles profesionales del Marketing y su cómo han de evolucionar las carreras de esta rama del conocimiento para adaptarse a las nuevas necesidades del mercado de trabajo.

Transformación Digital en Marketing (TDM)

El grupo de investigación en Transformación Digital en Marketing (TDM) centra su trabajo en modelizar y proponer buenas prácticas en la era digital dentro del ámbito del marketing. Para ello aborda un amplio abanico de aspectos como la relación con los clientes, la comunicación interna o la reducción del riesgo de abandono a través del análisis de datos con aplicaciones digitales. En la actualidad, y tras un trabajo de análisis del estado de la cuestión en estas áreas, se trabaja en las propuestas de mejora y buenas prácticas.

Valencia

Comunicación, Emprendimiento e Innovación (CEIN)

El Grupo CEIN articula su investigación a través de tres ejes: la comunicación, el emprendimiento y la innovación. Sus actividades de investigación como grupo comenzaron en el año 2017 y ahondan en la interrelación que existe entre dichos tres ejes, abordando los problemas de una manera holística que permite evaluar tanto su impacto económico como en la sociedad. Así, sus principales líneas se centran en: el emprendimiento y la comunicación; la innovación y los nuevos modelos de negocio; la innovación y la transformación digital; y la innovación, la comunicación y el papel de los grupos de interés. Del mismo modo trabajan activamente en innovación docente para llevar su labor de investigación a las aulas.

Índice de Felicidad (IF)

El grupo de investigación se centra en el estudio de las variables relacionadas con el bienestar del profesorado y su influencia sobre el desempeño en los centros educativos de secundaria, con la finalidad de contribuir a generar entornos que promuevan a la felicidad y bienestar del profesorado y con ello a la mejora la labor docente.

La gamificación como herramienta de mejora del desempeño académico en el marketing digital (GADIMA)

El proyecto tiene como objetivo principal investigar la gamificación como herramienta de desempeño académico. Con un enfoque práctico, este proyecto pretende contribuir a la innovación educativa a través de nuevas metodologías de aprendizaje. Pero a su vez también pretende integrar lo estudiado por la academia en los últimos años para aportar el rigor necesario a la investigación y a la sociedad. Para ello, pretendemos diseminar el conocimiento adquirido sobre gamificación, e-commerce y marketing digital en congresos y artículos de investigación, y una vez elaborados los informes y los artículos científicos, transmitir lo adquirido en centros con potencial innovador mediante seminarios y cursos. De esta manera se recogerá un marco teórico, se analizará el juego ya creado, se obtendrán resultados y se transferirá el conocimiento a otros centros y a la sociedad.

Sociedad, Economía Digital y Desarrollo Sostenible (SEDDeS)

Sociedad, Economía Digital y Desarrollo Sostenible (SEDDeS) es un grupo de investigación centrado en las transiciones socio-técnicas para la Agenda 2030. El desarrollo sostenible es un nuevo modelo en la relación del ser humano con el medio ambiente y coincide con una mayor conciencia de los problemas de sostenibilidad en la sociedad. En este contexto, el principal objetivo de [SEDDeS] es analizar y describir los mecanismos y estrategias de transición socio-técnica llevadas a cabo por las empresas, administraciones públicas y otros organismos en el contexto de la economía digital, a partir de innovaciones de tipo técnico, estratégico u organizativo. Del mismo modo, la investigación de [SEDDeS] examina y evalúa las estrategias de transmisión de las transiciones sociales y medioambientales, a partir de la intervención de las diferentes instituciones, públicas y privadas, en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), conforme a la Agenda 2030.

Zaragoza

Innovación Docente en Marketing Digital (InnDocente)

El grupo trata de analizar y evaluar la efectividad y aplicabilidad de herramientas y metodologías docentes innovadoras, prestando especial atención a los efectos de la transformación digital sobre todos los agentes del sistema educativo. El objetivo último es mejorar los procesos de aprendizaje, enriquecer la experiencia de los estudiantes y contribuir a una formación del profesorado motivadora y eficaz.

Marketing Digital y Consumidor (MADGIC)

El Grupo de Investigación se dedica a los campos del Marketing Digital, Emprendimiento y Economía Digital, y sus vínculos con el comportamiento del consumidor y de las organizaciones. En la actualidad investiga: i) Cambios en la comunicación corporativa en el entorno de la pandemia del COVID 19, ii) La relación entre el comercio electrónico y las expectativas de los consumidores, su satisfacción y fidelidad en el canal retail, con especial atención a los centros comerciales y outlets y iii) El empleo de las tecnologías digitales en comunicación como elemento facilitador de las relaciones empresariales y profesionales.

Cátedras y Laboratorios

Laboratorio “Método del caso ESIC”

El laboratorio busca generar un salto en calidad y cantidad en el ámbito de la investigación y la docencia, combinando tanto la investigación académica como la investigación aplicada, aportando valor al conocimiento. Además, quiere crear un nuevo fondo editorial de casos que traten problemáticas actuales que permitan el desarrollo de nuevos conceptos, ideas de negocio y competencias clave para el alumno; así como focalizar la investigación en las áreas de interés para su aplicación en el aula, para conseguir impacto en la Sociedad y generar contenidos que apoyen la labor del profesor y reviertan en los alumnos.

Por ello, el laboratorio se constituye como una estructura interna para la creación de contenidos para la docencia, continua en el tiempo y con efecto multiplicador cada año, que fomenta la creación y utilización del método del caso en el aula. El laboratorio se organiza a través de diferentes roles desempeñados por profesores e investigadores reconocidos.

Laboratorio ODS

Un espacio de investigación, transferencia y divulgación de los resultados de la investigación a la sociedad valenciana, y en especial a su tejido productivo, sobre la articulación de la sostenibilidad a través de la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

A través de diferentes actividades de investigación, transferencia y divulgación se pretende trasladar al tejido empresarial valenciano las ventajas competitivas reales que suponen actuar de forma sostenible y alineada con los ODS.

Durante este periodo se elaboró el I informe sobre Las empresas valencianas y los objetivos de desarrollo sostenible. Para poder implementarlo se recogieron datos a nivel cuantitativo (encuestas) y cualitativo (focus group).

En estos momentos el LabODS pretende explotar los resultados para elaborar programas formativos.

Cátedra de Pensamiento Crítico UMH-ESIC Business & Marketing School

En la sociedad actual, el pensamiento crítico es de gran relevancia, por la necesidad del ser humano de razonar por sí mismo ante la gran cantidad de información disponible; resultando de gran complejidad

la capacidad de analizar la validez de la información, sobre todo en un contexto en el que la información se difunde con rapidez y la sociedad la acepta como verdadera.

Los objetivos de la Cátedra son la formación, investigación y desarrollo y transferencia de conocimiento en el ámbito del pensamiento crítico, mediante la realización de las correspondientes actividades formativas, actividades de investigación y organización de seminarios, conferencias u otras actividades de divulgación.

Cátedra financiada por Divina Seguros.

IMAT 2022

Durante los días 4 y 5 de julio de 2022 tuvo lugar en ESIC Valencia la VIII edición de IMAT. Este evento es el Congreso Internacional de Innovación Aplicada que se realiza en colaboración con ESIC University y la UMH. Se trata de un gran foro con conferencias mesa de debate, experiencias y casos de éxito, imprescindibles para entender y adelantarse a nuevos retos de educación y de las organizaciones.

Esta última edición de IMAT, en formato híbrido, titulada "APRENDER, DESAPRENDER Y REAPRENDER.RETOS PARA LA EDUCACIÓN Y LA EMPRESA: LA INNOVACIÓN EN TIEMPOS DEL METAVERSO", giró en torno al desarrollo de organizaciones inteligentes y sostenibles con capacidad de adaptación a nuevos entornos y circunstancias.

En esta VIII edición de IMAT se propone cuestionar el estado actual de la educación y los procesos innovadores, desde múltiples perspectivas, poniendo al servicio las nuevas oportunidades que se brindan desde la investigación aplicada. Además, de proponer nuevas herramientas facilitadoras de los procesos de adaptación a los retos que plantea el nuevo escenario. Para ello se desarrollaron:

- > Conferencias plenarias como la de Laura Rojas-Marcos o Andreas Sceischer.
- > Talleres experienciales como el de Neuromarketing, metaverso o gamificación.
- > 5 Mesas redondas con los diferentes agentes tanto de empresas como de centros educativos.
- > Experiencias de éxito de centros educativos.
- > Más de 50 trabajos finalizados o en curso de investigación (ponencias académicas y posters).

PLAN DE AYUDAS A LA INVESTIGACIÓN

Los planes anuales de investigación de ESIC Business & Marketing School se desarrollan sobre la base del plan estratégico de la Escuela. El área de investigación da apoyo formativo y económico a todas las actividades de investigación del personal docente e investigación y cuenta, por lo tanto, con un fondo de ayudas que contempla la publicación de artículos académicos, asistencia a congresos, estancias internacionales; y publicación de libros y capítulos de investigación.

Datos relevantes:

Contribución al conocimiento:

- > JCR, Scopus (33 + 8)
- > Otras indexaciones, 5
- > Capítulos de libro, 9
- > Comunicaciones en congresos, 106

Contribución a la práctica empresarial:

- > Libros profesionales, 4
- > Casos de estudio, 33